

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A. David. 2001. *Marketing Research*. Edisi 7. USA: John Wiley & Sons
- Arnold, David. 1996. *Pedoman Manajemen Merek*. Surabaya: PT. Kentindo Soho.
- Assael, Henry. 1992. *Consumer Behavior and Marketing Action*. 4th ed. Boston: PWS-Kent.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cresswell, J.W. 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. 2nd ed. California: Sage Publication, Ins.
- Creswell, J.W. 2015. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset. Memilih di Antara Lima Pendekatan*. Edisi 3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Durianto, Darmadi., Sugiarto, dan Lie Joko Budiman. 2004. *Brand Equity Ten: Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Emzir. 2011. *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi 1. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*. Semarang: BP UNDIP.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Sampo#Macam-Macam_Sampo diakses tanggal 16 Januari 2020
- <https://www.bps.go.id/> diakses tanggal 16 Januari 2020
- <https://reviews.femaledaily.com/> diakses tanggal 16 Januari 2020
- <https://www.pantene.co.id/id-id> diakses 10 Juli 2020
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.
- Kinney, Thomas C., dan Taylor, James R., 1998. *Riset Pemasaran*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga

- Kotler, P. 1996. *Marketing*. Jilid 1. (Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Essentials.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2000. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Jilid 1. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- McCracken, G (1989). *Celebrities, Products and Presentation Styles: A Content Analysis of Celebrity-Endorsed TV Commercials in China*. ProQuest LLC. UMI Microform.
- McCracken, G (1989). *Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundation of the Endorsement Process*. *Journal of Consumer Research*: Vol.16, 310-321.
- Rein, Irving, Kotler, Philip & Scoller, Martin (1997). *The Making and Marketing of Professionals into Celebrities*. Chicago: NTC Business Book
- Royan, Frans M. (2004). *Marketing Celebrities: Selebriti dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Shilbury, D., H. Westerbeek., S. Quick, and D. Funk. 2009. *Strategic Sport Marketing*. 3 ed. Australia: Allen & Unwin.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi 5. Jilid 1. Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Simsek, Goksel (2014). Celebrity Endorsement: How It Works When a Celebrity Fits the Brand and Advertisement. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering* Vol:8, No.4.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 1987. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Bisnis*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.